

学校编码：10384

学号：17920101150911



分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_\_

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

M 省邮政加盟渠道运营策略研究  
——基于消费者行为的调查

A Study on Operation Strategy of Postal Service  
Franchising Channel in Province M  
——Based on a survey of consumer behavior

王旭华

指导教师姓名：赵 蓓 教授

专 业 名 称：工商管理(MBA)

论文提交时间：2013 年 4 月

论文答辩日期：2013 年 6 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2013 年 6 月

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（      ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于      年      月      日解密，解密后适用上述授权。

（   √  ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年      月      日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 内容摘要

长期以来，M 省邮政在履行普遍服务职能、服务地方经济发挥着越来越重要的作用。遍布城乡的邮政自有网点和加盟渠道就是重要体现之一。截止 2012 年 12 月，M 省邮政全省拥有便民服务站 11860 个，三农服务站 1390 个，村邮站 2146 个。虽然拥有如此众多的加盟渠道，但 M 省邮政整体运营效益不高，特别是部分地市、县邮政局对加盟渠道的运营缺乏长远的战略眼光，使得邮政加盟渠道没有发挥应有的效用。得渠道者得天下，M 省邮政已充分认识到积极探索加盟渠道运营策略的重要性，并着手开始了积极的探索。

本文结合消费者行为学和市场营销学 4Cs 的相关理论知识进行了如下阐述：

首先，本文分析了 M 省邮政加盟渠道的运营现状和本文的研究问题，即五大问题：一是加盟渠道各操作系统自成体系；二是加盟渠道与客户缺乏有效的沟通；三是加盟渠道布点不均；四是加盟渠道缺乏有效的激励机制；五是加盟渠道整体运营效益不高，客户加盟的积极性不高，影响了今后的可持续发展。

其次，本文围绕上述问题进行问卷设计，开展网络抽样调查，并运用 SPSS 软件对问卷有针对性地进行描述性统计分析、交叉分析和相关性分析，试图找出影响 M 省邮政加盟渠道发展的主要原因。

最后，作者结合数据分析的结果和消费者行为以及市场营销学的相关理论知识，提出 M 省邮政加盟渠道运营策略的五大建议，分别是：1. 客户需求策略；2. 客户便利策略；3. 客户沟通策略；4. 客户愿付成本策略；5. 集中管控策略；并提出了四点保障措施。通过上述策略旨在进一步发挥邮政企业的资源优势和网络优势，将 M 省邮政加盟渠道打造成“线上+线下”相结合的便民服务平台，实现社会、用户、邮政三方共赢的局面。

**关键词：**加盟渠道；运营策略；消费者行为

厦门大学博硕士论文摘要库

## Abstract

With postal outlets and franchising channels all over the province, Postal Service of Pronvice M has long played an increasingly significant and gradually indispensable part in supporting and promoting the development of the economy of Province M. However, the efficiency and effectiveness of management have been low in recent years, which is largely due to the inadequacy of strategic foresight on franchising channels.

This paper states below based on the theories of consumers' behavior and the marketing theory of 4Cs:

Firstly, this paper analyzes current situation of Postal Service in Pronvice M and the research questions of this paper. Five major problems are included:

1. The inconvenience for customers resulting from self-contained operating system of each franchising channel; 2. The paucity of publicity and the lacking of sufficient "customer-facilitator" communication; 3. The unequal distribution of franchising channels; 4. The ineffective motivation system; 5. The inefficiency of operation for the franchising channels.

Secondly, to address these problems, the paper utilizes the questionnaire design and sample survey online. It also employs descriptive analysis, cross-over analysis and correlation analysis via SPSS. Ultimately, the result identifies primary causes affecting the franchising channels in Pronvice M.

Thirdly, combining the results of questionnaire survey and the marketing theory the author comes up with five suggestions to optimize franchising channel strategy of postal services in Pronvice M: 1. strategy of customer need; 2. strategy of convenience; 3. strategy of communication; 4. strategy of cost; 5. strategy of centralizing control. Simultaneously, four ensuring measures are also delivered. By restructuring resource and recombining network, the postal service of Pronvice M will evolve a multi-purpose postal service system in the future and undoubtedly it will achieve a "win-win" situation for users, the whole society and the postal system itself.

**Key words: Franchising Channel; Operation Strategies; Consumer Behavior**

厦门大学博硕士论文摘要库



## 目 录

<b>第一章 导 论</b>	<b>1</b>
第一节 选题背景与研究意义	1
第二节 相关概念界定及理论	4
第三节 研究的方法	7
第四节 研究的目标与内容	8
<b>第二章 M 省邮政公司加盟渠道运营现状</b>	<b>9</b>
第一节 国外邮政加盟渠道运营概况	9
第二节 国内竞争对手概况	10
第三节 M 省邮政加盟渠道运营现状	13
第四节 M 省邮政公司加盟渠道运营存在的问题	14
<b>第三章 基于消费者行为的运营调查分析</b>	<b>16</b>
第一节 变量设计及问卷发放	16
第二节 描述性统计分析	18
第三节 交叉分析	30
第四节 相关性分析	38
第五节 数据分析结论	42
<b>第四章 M 省邮政加盟渠道运营策略</b>	<b>45</b>
第一节 总体思路	45
第二节 指导原则	46
第三节 运营策略	47
<b>第四章 策略实施</b>	<b>59</b>
第五章 论文结论	62

第一节 论文总结 .....	62
第二节 不足与展望 .....	63
参考文献 .....	68
致 谢 .....	70

厦门大学博硕士论文摘要库

## Contents

<b>Chapter1: Introduction.....</b>	<b>1</b>
1.1: Research Background and Significance of this Research.....	1
1.2: Key Concepts and Literature Review.....	4
1.3: Research Methodology.....	7
1.4: Research Objectives of Current.....	8
<b>Chapter 2: The Current Situation of the Franchising Channels in Postal Company of Province M.....</b>	<b>9</b>
2.1: Overview of Foreign Postal Franchising Channel Operations.....	9
2.2: Preliminary Analysis of Domestic Competitors.....	10
2.3: Current Situation of Postal franchising Channel Operations of Pronvice M.....	13
2.4: Problems of Postal franchising Channel Operations of Pronvice M.....	14
<b>Chapter 3: Analysis of operation research based on the consumer behavior .....</b>	<b>16</b>
3.1: Multivariate Design and Questionnaire Design.....	16
3.2: Descriptive Statistical Analysis.....	18
3.3: Cross-over Analysis.....	30
3.4: Correlation Analysis.....	38
3.5: Data Analysis and Conclusion.....	42
<b>Chapter 4: Strategies of the Postal franchising Channel Operations of Province M.....</b>	<b>45</b>
4.1: General Idea .....	45
4.2: Guiding Principles .....	46
4.3: Operation Strategies.....	47

4.4: Strategy Implementation.....	59
<b>Chapter 5: Conclusion.....</b>	<b>62</b>
5.1: Summary.....	62
5.2: Limitation and Expectation.....	63
<b>References.....</b>	<b>68</b>
<b>Acknowledgements.....</b>	<b>70</b>

## 第一章 导 论

### 第一节 选题背景与研究意义

#### 一、选题背景

渠道是邮政企业的重要优势之一，尤其是众多的社会加盟渠道。以 M 省邮政为例，至 2012 年底，全省邮政网点达到 17862 个，是 2007 年网点总数的 7 倍，其中自有渠道 2542 个（营业网点 1362 个、海西书报亭 1180 个）、社会加盟渠道 15397 个（邮政便民服务站 11860 个、三农服务站 1390 个、村邮站 2146 个），站点数量位居全国邮政第三位。坐拥如此众多的加盟渠道，如何加强运营，充分发挥其作用，是摆在 M 省邮政面前的重要课题。2012 年 1 月，集团公司在全国邮政经营服务工作会上提出中国邮政要致力于打造邮政便民服务平台，就是要用信息技术整合邮政营业、储蓄、投递、报刊零售、自助终端、便民服务站、三农服务站、村邮站、11185 客服中心、邮政网站和短信等渠道资源，构建全国覆盖面最广、服务功能最全的邮政便民服务平台。同时，在认真办好普遍服务和特殊服务的基础上，积极参与党和政府关心的公共服务均等化、便民服务、“三农”服务等民生工程，让政府满意、社会满意、百姓满意。加盟渠道无疑是构成便民服务平台不可或缺的重要部分<sup>①</sup>。然而，当前 M 省邮政加盟渠道的运营现状不容乐观，特别是地市、县邮政局对加盟渠道的运营缺乏长远的战略眼光，没有很好地关注这项工作，存在重建设轻运营的现象，福建邮政加盟渠道应有的作用没有得以有效的发挥。

从当前邮政企业面临的形势和任务来看，一方面由于信息技术的冲击，邮政传统业务日趋萎缩，突出表现在自有营业窗口的业务量出现下降，许多农村和城市网点出现生产能力的大量闲置，这就迫使邮政企业为提高网点资源利用率，必须转变发展方式，寻求转型发展新路径；另一方面，社会公共服务新需求为邮政转型发展提供了良好的历史性机遇，党和政府全面推进基本公共服务均等化，促使作为公用性服务企业的邮政强化使命感和责任意识，积极参与到

---

<sup>①</sup> 刘明光.《转变发展方式 提高服务质量 推进邮政经营服务工作再上新台阶——刘明光副总经理在 2012 年全国邮政经营服务工作会上的报告》[Z]. 中国邮政集团公司, 2012 年 2 月 23 日

国家基本公共服务体系建设中去，以此来获得更多的政府资源与政策支持，获取自身更好的发展<sup>①</sup>。因此，在做好自有网点经营的基础上，借力社会加盟渠道发展邮政业务，借力便民利民服务带动邮政各项业务的全面发展，是邮政企业内在发展与基本公共服务体系建设的最佳结合点，是邮政企业的战略选择。

## 二、研究意义

得渠道者得天下，重视加盟渠道的运营工作，对于 M 省邮政而言，具有十分重要的研究意义，具体体现在：

### （一）顺应国家构建基本公共服务体系的要求

2012 年党的十八大报告第三部分提出“到 2020 年基本公共服务均等化总体实现”的目标，第四部分明确作出“完善促进基本公共服务均等化和主体功能区建设的公共财政体系”的要求，第七部分强调要“加快形成政府主导、覆盖城乡、可持续的基本公共服务体系”<sup>②</sup>。为积极有效贯彻落实党的十八大精神，目前，全国各级党政部门都在致力推进以改善民生、扩大公共服务为重点的基本公共服务体系建设。2012 年 5 月 9 日，中国邮政集团公司与 M 省政府签署了《战略合作协议》，协议明确指出：省政府全力支持邮政便民服务平台建设，将邮政便民服务平台建设纳入基本公共服务体系范畴。

2012 年颁布的《M 省邮政条例》规定“城镇社区和旧城区改造，应当根据城乡规划的要求，同时配套建设提供邮政普遍服务的邮政设施”、“地方各级人民政府应当对乡镇邮政设施和村邮站的建设和运营给予支持”。这些都为邮政便民服务平台建设提供了良好的政策环境和难得的发展机遇<sup>③</sup>。

在这一背景下，邮政作为社会基础设施和公共性服务企业，应当积极地参与国家基本公共服务体系建设，紧跟时代步伐，勇于担当社会责任，充分发挥邮政行业在服务民生、服务“三农”领域的公共平台作用，充分发挥社会加盟渠道的资源优势，全面提供和扩大便民服务，增强便民服务的供给能力。

<sup>①</sup>中国邮政集团公司上海研究院、M 省国通信息科技有限公司联合课题组.《中国邮政便民服务平台规划研究(送审稿)》[R]. 中国邮政集团公司上海研究院, 2012 年 11 月

<sup>②</sup> 党的十八大工作报告[J].《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进 为全面建成小康社会而奋斗》 人民出版社 2012 年 11 月

<sup>③</sup>《M 省邮政条例》 R 第十一届人民代表大会常务委员会第三十二次会议 2012 年 9 月

## （二）M 省邮政转型发展的内在要求

发展是第一要务，邮政要实现科学发展、可持续发展，必须依靠政府强有力的政策支持与自身服务的转型升级，主动融入地方经济发展，把发展目标和举措落实到适应经济发展、社会进步和民生改善上。近年来，国内外邮政根据自身的实际情况，广泛利用各类社会资源在服务民生上进行了许多有益的探索和实践。国际上，澳大利亚邮政主要提供面向公众的金融服务，如：电子钱包、身份认证服务。意大利邮政致力于金融与代办业务，如：建立新的邮储业务网站以满足日益增加的网上用户的需求、发行家庭再次贷款债券、带微芯片的新型借记卡、为政府等部门处理支付和通信等事务。法国邮政走联合发展之路，如：与商家合开“邮政驿站”、与区政府合办“社区邮政代理网点”，此外，还在网点销售门票、车票等，并且邮局内还设有上网数码照片冲印室。国内，河南邮政服务“三农”工作，将农资、资金贷款和科技致富信息送下了乡，把农产品、当地旅游文化送出了乡。宁夏邮政以药品配送为基础进入基本医疗保障服务领域。云南邮政参与教材发行和配送，服务教育保障领域等等。由此可见，国内外邮政发展的实践和经验表明，整合社会资源，是邮政转型发展的必由之路<sup>①</sup>。

M 省邮政抓住社会加盟渠道这一切入点，正是发挥民生领域与邮政关系密切的独有优势，抓住各级政府高度重视以保障和改善民生为重点的社会渠道建设的良好机遇，利用精心打造和培育的优质社会加盟网点，优化低产低效自营网点，盘活网点资产和人员，降低企业运营成本，提升企业盈利能力，通过积极拓展新领域、探索新模式进一步促进邮政转型升级，对实现 M 省邮政可持续发展具有重要意义。具体体现在：

一是有利于完善服务网络。社会经济的快速发展，加快了城市化的进程，现有的邮政网点、网络，已不能完全适应社会需求，新增网点成本高，投入产出不成比例，推进加盟渠道建设后，必将成为 M 省邮政营业网、投递网的有效延伸和补充，形成对市场的全面覆盖，使邮政服务网络更加完善。

二是有利于拓宽服务领域。随着公共业务的不断加载，邮政加盟渠道不仅可以为社会公众提供基本的邮政服务，而且还可以为百姓提供缴费、票务、家政

<sup>①</sup>广东省社会科学院、广东省邮政公司联合课题组.《广东邮政民生服务公共平台研究》[R].广东省社会科学院, 2011 年 10 月

等便民服务，使邮政加盟渠道成为社会各个服务行业的公共服务平台，吸纳更多的公共收费项目，共同服务百姓，进一步提高邮政服务水平和扩大服务领域，满足社会需要。

三是有利于迅速抢占市场。目前社会各行各业的竞争越来越激烈，社会分工越来越细，邮政各项业务均受到前所未有的挑战，如何实现低成本扩张、快速扩大服务领域，迅速抢占市场成为邮政长远发展的关键所在。邮政加盟渠道以电子信息化手段，发挥邮政“三流合一”优势，利用遍布各个角落的便利店等社会资源，将邮政服务以廉价、便利、快捷的方式延伸到社会各个区域，延伸邮政的服务触角，为邮政长远发展奠定基础。

### （三）提高邮政社会地位的有效途径

精心运营社会加盟渠道，从便民、利民角度出发，整合邮务、快递、金融三大板块资源，优化网点布局，在服务民生分布最广泛、渠道最直接的加盟网点上不断叠加新的产品，实现低成本快速扩张，为全社会提供优质的用邮服务。与此同时，在满足同等条件的情况下，优先录用社会下岗员工、困难户等，利用这一平台协助政府解决社会下岗人员再就业问题，为社会公众提供更加方便、快捷的邮政服务和公共服务，促进邮政企业进一步融入地方经济，是提高邮政在政府和百姓心中的地位和社会形象的有效途径。

因此，基于上述背景，近年来 M 省邮政已充分认识到积极探索加盟渠道运营策略的重要性，并开始积极尝试整合企业资源优势，研究探讨 M 省邮政加盟渠道运营策略，找准市场定位，针对客户需求制定相关的营销策略，实现社会、邮政、用户三方共赢的局面。

## 第二节 相关概念界定及理论

### 一、邮政渠道关键概念介绍

#### （一）、邮政渠道类别<sup>①</sup>

邮政渠道分为三类，分别是：

<sup>①</sup>M 省邮政公司、M 省国通信息科技有限公司联合课题组.《M 省邮政便民服务平台规划（2013 年—2015 年）》[Z].M 省邮政公司，2012 年 12 月



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库